



UOT 658.5:338.45
JEL L23

İBRAHİMOV Ş.M., dosent, aparıcı elmi işçi
AMEA İqtisadiyyat İnstitutu

MÜASİR ŞƏRAİTDƏ SƏNAYE MÜƏSSİSƏLƏRİ BAZARDA RƏQABƏT SUBYEKTİ KİMİ

Xülasə

Məqalədə respublikamızda yüngül sənaye müəssisələrinin rəqabət qabiliyyətli inkişaf etdirilməsi, əhalinin bu sənaye mallarına olan tələbatının əsasən daxili istehsal hesabına təmin olunması və gələcəkdə ixrac edilməsi məsələsinə baxılmışdır. Fəaliyyətə başlayacaq müəssisələrdə yüksək istehlak və rəqabətqabiliyyətli məhsul istehsalının əldə olunması məqsədi ilə **Porterin Beş Qüvvə analizi** ilə müəssisələrin qiymətləndirilməsi və təhlili vermişdir.

Açar sözlər : Yüngül sənaye, toxucu- trikotaj, idxal, ixrac, xammal, Beş Qüvvə, təhlil, rəqabət, müəssisə, avadanlıq, kooperasiya, korporativ idarəetmə.

GİRİŞ

Respublikamız müstəqillik əldə etməklə öz gələcək taleyini milli əsaslarla yenidən qurmağa, milli mitalitet və milli kodlar üzrə köklənməyə rəvac vermiş oldu. SSRİ –nin dağılması, respublikalar arasında iqtisadi-siyasi əlaqələrin zəifləməsi və parçalanması getdikcə özünü bütün sahələrdə göstərməyə başladı. İqtisadi əlaqələrin pozulması müəssisələrin qarşılıqlı təchizat və təminatlarının pozulması ölkəmizdə fəaliyyətdə olan yüngül sənaye müəssisələrinin getdikcə müflisləşməsinə və öz fəaliyyətlərini dayandırmağa başladılar. İttifaq üzrə bütün sənayə müəssisələrinin bir-biri ilə zəncirvari əlaqədə olması, sistemin çökməsi ilə tədricən istehsal müəssisələrinin fəaliyyətlərinə təsir edərək onların dayandırmasına səbəb oldu. Müəssisələrdə istehsal olunan malların satıla bilməməsi, əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsi, alternativ malların ölkə ərazisinə gətirilməsi və o malların estetik görünüşünün və qiymətinin nisbətən ucuz olması tələb və təklifin nisbətindən dəyişməsi bu prosesi daha da sürətləndirməyə başladı. Nəticədə fəaliyyətdə olan iri və orta həcmli müəssisələr fəaliyyətlərini tamamı ilə dayandırmağa məcbur oldular, bunun əvəzinə yeni kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri formalaşmağa başladı. Ölkəmizdə kiçik müəssisələrin yaranması, iqtisadiyyatın bazar iqtisadiyyatı istiqamətində yenidən qurulması rəqabət mühitin formalaşmasına və inkişafına rəvac verdi.

Azərbaycanda yüngül sənaye müəssisələrinin fəaliyyətlərinin bərpa edilməsi və yeni müəssisələrin yaradılması istiqamətində dövlətimiz son illərdə xeyli işlər görmüş və görməkdədir. Beləki, Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyev sərəfmləri dövlətə məxsus olan “Azərbaycan Sənaye Korporasiyası” Açıq Sərəfmdar Cəmiyyətinin yaradılması haqqında Fərmanı buna əyani misaldır. Fərmanda deyilir; “Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci bəndini rəhbər tutaraq, “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli Fərmanının tətbiqi ilə əlaqədar dövlət əmlakının idarə edilməsinin səmərəliliyini artırmaq, korporativ idarəetmə prinsiplərinə əsaslanan hesabatlılıq və nəzarət sistemini formalaşdırmaq, dövlətə məxsus müəssisələr arasında əlverişli kooperasiya əlaqələrinin yaradılmasına və istehsal potensialının dəyər zəncirinin həlqələri üzrə artırılmasına nail olmaq məqsədilə “Azərbaycan Sənaye Kooperasiyası” yaradılsın” (1.səh.1-2). Qeyd edək ki, ölkədə iqtisadiyyatın tarazlı, rəqabətqabiliyyətli və dayanıqlı inkişafını təmin etmək dövlətin iqtisadi siyasətinin prioritetlərindəndir. Aparılan davamlı iqtisadi islahatlar və iqtisadiyyatın diversifikasiyası siyasəti nəticəsində iqtisadiyyatın bütün sahələrində olduğu kimi, sənayenin inkişafında da uğurlar əldə olunmuş. sənaye məhsulları istehsalının həcmi son illərdə xeyli artmışdır.

Sənaye kooperasiyasının idarəedilməsində korporativ idarəetmənin rolu

Uğurlu inkişafın təmin edilməsi üçün növbəti dövrlərdə də, müasir çağırışlar və yeni təşəbbüslər nəzərə alınmaqla, iqtisadi islahatların əsas strateji hədəflərinə uyğun bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi, o cümlədən mövcud təbii və iqtisadi resursların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi, dövlət mülkiyyətində olan və paylarının (səhmlərinin) nəzarət zərfi dövlətə məxsus olan hüquqi şəxslərin balansına götürülən əmlakın daha səmərəli idarə olunması zəruridir. Bu məqsədlə yaradılan “Azərbaycan Sənaye Korporasiyası” ASC-nin strukturu da təsdiq edilib. Belə ki Azərbaycan Sənaye Korporasiyası” ASC-nin 5 üzvdən ibarət Müşahidə Şurası yaradılıb. Sənaye kooperasiyasının yaradılmasında başlıca məqsədlərdən biri də əhalinin geyim mallarına olan tələbatının daxili istehsal hesabına ödənilməsidir. Uzun illərdən bəri baxımsız qalmış dövlət əmlaklarının idarəedilməsini təmin etmək məqsədi ilə bir çox toxucu - trikotaj müəssisələrinin fəaliyyətini korporativ idarəetmə sistemi ilə canladırması nəzərdə tutulmuşdur. **Korporativ idarəetmə dedikdə**, şirkətin rəhbərliyi, müşahidə şurası, səhmdarları və digər maraqlı şəxslər arasında qarşılıqlı münasibətlər kompleksidir. Korporativ idarəetmə sistemi şirkətin idarə edilməsi və ona nəzarət üçün nəzərdə tutulmuş struktur və proseslərdən ibarət olub, əsas məqsədi şirkətlərdə ədaləti, şəffaflığı və qarşılıqlı cavabdehliyə məsuliyyətin və marağın artmasını həvəsləndirməklə davamlı inkişafa nail olmaqdır.

Korporativ idarəetmə - biznesin təşkilati-hüquqi formasının idarə olunması, təşkilati strukturların optimallaşdırılması, qəbul olunmuş məqsədlərə müvafiq olaraq kompaniyanın firmalararası və firmadaxili münasibətlərinin təşkilidir.

Korporativ idarəetmə - şirkətin rəhbərliyi, müşahidə şurası, səhmdarları və digər maraqlı şəxslər arasında qarşılıqlı münasibətlər kompleksidir. Korporativ idarəetmə sistemi şirkətin idarə edilməsi və ona nəzarət üçün nəzərdə tutulmuş struktur və proseslərdən ibarət olub, əsas məqsədi şirkətlərdə ədaləti, şəffaflığı və qarşılıqlı cavabdehliyi təşviq etməklə davamlı inkişafa nail olmaqdır.

Korporativ idarəetmənin əsas funksiyası - mülkiyyətçilərin, başqa sözlə, korporasiyanı təsis edənlərin maraqları çərçivəsində korporasiyanın işinin təmin olunmasıdır. Beləliklə, “Korporativ idarəetmə strukturu şəffaf və işlək bazarları təşviq etməli, hüquq normaları ilə uyğun olmalı, və müxtəlif nəzarət, tənzimləyici və idarəedici orqanlar arasında məsuliyyətlərin aydın şəkildə bölüşdürülməsini təmin etməlidir.” (4.səh 18)

Effektiv korporativ idarəetmə sistemi daha yaxşı nəzarət və strateji planlaşdırma, əməliyyat risklərinin və məhkəmə çəkişmələrinin azalması deməkdir. Bu sistemin tətbiqi şirkətlərdə şəffaflığı təmin etməklə şirkətlərin beynəlxalq nüfuzunu artırır, investisiyaların cəlb olunmasını asanlaşdırır, cəlb olunan kapital üzrə xərcləri azaldır. Bununla belə, korporativ idarəetmə sadəcə prosedur və qaydalardan ibarət deyil. Bu, idarəetməyə fərqli baxışdır: "öz maraqlarını digərlərinin maraqlarında görmək bacarığıdır".

Son illər dünya iqtisadiyyatında korporativ idarəetmənin əhəmiyyəti davamlı olaraq artır. Xüsusilə, inkişaf etmiş qərb ölkələrində baş vermiş irimiqyaslı böhran şirkətləri bu sahəyə diqqət ayırmağa sövq etmişdir. Əvvəllər investorlar şirkətlərin rəqəbatqabiliyyətliyini, maliyyə vəziyyətini daha çox diqqət mərkəzində saxlayırdılarsa, hazırda **korporativ idarəetmə indeksi** daha aktual məsələyə çevrilmişdir və ona görə də investisiya cəlb etməyə çalışan şirkətlər ilk öncə **korporativ idarəetmə sistemlərini təkmilləşdirməyə** çalışmalıdırlar. Dünya iqtisadiyyatına sürətlə inteqrasiya edən ölkələrdə yerli şirkətlərin beynəlxalq **miqyasda rəqəbatqabiliyyətliyini artırmaq, idxalatçı ölkədən ixracatçı ölkəyə çevrilmək**, ölkənin investisiya cəlbediciliyini artırmaq istiqamətində aparılan dövlət siyasətini daha səmərəli təşkil etmək məqsədilə korporativ idarəetmə institutları yaradılır.

Azərbaycanda sənayenin inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə yaradılmış “Sənaye Koperasiyası” qarşısında çox mühüm vəzifələr dayanır. Xüsusi ilə yüngül sənaye (geyim-toxucu –trikotaj) malları istehsalında uzun müddət yaranmış “durğunluğu” aradan qaldırmaqla uzun müddət fəaliyyətsiz dajlanmış iri və orta həcmli müəssisələrin işə salınması bu istiqamətdə atılacaq mühüm addımdır. Müasir iqtisadi şəraitdə belə müəssisələrin işə salınması kifayət qədər risk və bacarıq tələb edir. İlk

növbədə istehsal olunacaq malların çeşidinin müəyyən olunması, bazarda mallara olan tələbatın öyrənilməsi. Marketing xidmətinin genişləndirilməsi ilə qarşıda duran bir çox mühüm məsələlərin öyrənilməsi; əhalinin yaş qrupuna görə müəyyən olunması, əhalinin istehlak mallarına olan tələbatının, alıcılıq qabiliyyətinin öyrənilməsi, istehsalın elastikliyi, qiymətin rəqabətinin bazara uyğun müəyyən olunması və s. bu kimi amillərin diqqətlə araşdırılması tələb olunur. Bu məqsədlə fəaliyyətə salınması nəzərdə tutulan belə müəssisələrin rəqabətqabiliyyətli olması məqsədi ilə Porterin BEŞ Qüvvə analizi ilə qiymətləndirilməsi və təhlilini həyata keçirmək olduqca vacibdir.

Sənaye müəssisələri bazarda rəqabət subyekti kimi

Yüngül sənaye müəssisələrində istehsal olunan malların satıla bilməməsi, əhalinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı düşməsi, alternativ malların ölkə ərazisinə gətirilməsi, həmin malların estetik görünüşünün, qiymətinin nisbətən ucuz olması, buna görə də bazarda tələb və təklif nisbətinin dəyişməsi bu prosesi daha da sürətləndirməyə başladı. Nəticədə fəaliyyətdə olan iri və orta həcmli müəssisələr fəaliyyətlərini dayandırmağa məcbur olduqlarından, uzun illər ixtisaslaşmış, təcrübəli kadrlar işdən çıxaraq başqa sahələrə iş axtaramğa başladılar. Təbii ki bu müddət ərzində tədricən ölkəmizdə kiçik sahibkarlıq subyektləri (kooperativlər və firmalar) yaranmağa başladı. Yeni yaranmış kiçik sahibkarlıq subyektləri ölkəyə idxal olunan mallarla bazarda rəqabət mübarizəsinə davam gətirə bilmədiklərindən, daha çox ikili mühasibətin yaranmasına, qeyri qanuni yollarla qiymətin aşağı salınması ilə bazarda rəqabətə qismən də olsa davam gətirə bildilər. lakin bununla daxili istehsalı genişləndirmək imkanları mümkün ola bilməzdi. Bu sahənin inkişafına dövlət dəstəyi olmadan Azərbaycan reallığında inkişafı mümkünsüzdür. Nəticə etibarilə ölkəmiz yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi "Azərbaycan Sənaye Kooperasiyası"-nın yaradılması bütün sənaye sahələrinin inkişafında, xüsusi ilə yüngül sənayenin inkişafında mühüm rol oynaya bilər. Yüngül sənaye (toxucu- trikotaj) müəssisələrinin spesifik xüsusiyyətlərini, daxili, xarici amillərin istehsalın fəaliyyətinə təsirini qiymətləndirmək və təhlil etməklə fəaliyyətə başlamaq olar.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində yeni yaradılan müəssisələr öz fəaliyyətlərində planlaşdırdıqları rəqabət şərtlərini təhlil etməsi, bu təhlilin nəticələrinə görə strategiyalarını qurması, onların mövcud bazar paylarını qorumasına və bu bazar paylarını getdikcə artırmaması müəssisənin üçün olduqca əhəmiyyətlidir. ABŞ –n Harvard Universitetinin iqtisadçı alimi, professor Michael Porter tərəfindən inkişaf etdirilən "Beş Qüvvə Analizi - Five Force Analysis", bir sektordakı rəqabət şərtlərini açıqlayan əhəmiyyətli modellərdən biridir. Porter bir sektordakı rəqabət şərtlərinin müəssisə strategiyaları üzərində əhəmiyyətli bir rol olduğunu və bir sektorun rəqabət quruluşunu müəyyən etmək üçün ətraflı Beş Qüvvə Analizi edilməsinin lazım olduğunu vurğulamışdır. Sahələr üzrə aparılan təhlilləri, xüsusilə strateji marketing planlaması müddəti mərhələlərində vəziyyətin təhlil bazasından istifadə əhəmiyyətli təhlil vasitələrindən biri kimi istifadə olunması rəqabət qabiliyyətli müəssisələrin formalaşmasına imkan verə bilər.

Məqsədimiz Azərbaycanda fəaliyyətdə olan, yaxud yeni qurulacaq yüngül sənaye müəssisələrinin rəqabət şərtlərini "Beş Qüvvə Analizi" nə görə qiymətləndirmək və yalnız bu gün üçün deyil gələcəkdə də toxucu- trikotaj müəssisələrinin rəqabətqabiliyyətlik səviyyəsinin təmin edilməsini təyin edən amilləri müəyyən etməkdir. Bu şəkildə aparılan təhlillər gələcəkdə toxucu- trikotaj müəssisələrinin qarşılayacağı rəqabət səviyyəsini, quruluşunu, səbəblərini, nəticələrini daha aydın və dolğun bir şəkildə təyin etməyə, müəssisələrin öz strategiyalarını daha müvəffəqiyyətli hazırlamalarına imkan verəcəkdir.

Yüngül (tekstil) sənayenin rəqabət qabiliyyətli inkişafında Beş Qüvvə Analizinin tətbiqi xüsusiyyətləri

M. Porterin təklif etdiyi Beş Qüvvə Analizinə görə ayrı- ayrı sahələrdə rəqabət şərtlərini təhlil etmək üçün araşdırılması lazım olan beş(5) qüvvə var. Həmin Beş Qüvvə aşağıdakılardır:

1. *Sahədəki mövcud rəqib müəssisələr arasındakı rəqabət*; - Müəssisənin fəaliyyət göstərdiyi sahədəki mövcud rəqabət quruluşu, formaları və təsir gücü;

2. **Potensial giriş təhlükəsi**; sahəyə aid yeni girmə potensialına sahib müəssisələrin yaratdığı təhlükələr;

3. **Oxşar Mallar təhlükəsi**(*əvəzləyici, alternativ*) ; fəaliyyətdə olan sahə xaricindəki ona uyğun-əvəzləyici məhsulların müəssisə üzərində yaratdığı təhlükələr;

4. **Alicuların alıcılıq qabiliyyəti** ; müəssisənin müştərilərinin sahib olduğu alıcılıq gücü sayəsində müəssisə üzərində yaratdığı təzyiq və sahəni istiqamətləndirmə qabiliyyəti,

5. **İstehsalçıların bazarı təchiz etmə gücü** ; müəssisənin ehtiyacı olduğu vasitə-vəsait, xammal, yarımfabrikat , müəssisə vəsaiti və s. qaynaqları satın aldığı tədarükçülərin, müəssisə üzərindəki təsiri və sektoru istiqamətləndirmə gücü olaraq sıralana bilər.

Bu təhlilə görə, rəqabət amillərinin güclü olması müəssisənin istədiyi kimi qiymətləndirmə apara bilmədiyinə bir təhlükə yaradır, digər tərəfdən zəif rəqabət amilləri sahibkara daha çox gəlir əldə etmə imkanları verir. Bir başqa ifadə ilə bu faktorlardan hər hansı biri nə qədər güclü olursa müəssisənin qiymətləri yüksəltmə qabiliyyəti aşağı düşür və müəssisənin gəlirliliyində azalır, bu faktorlar nə qədər zəif olarsa müəssisənin qiymətləri artırma qabiliyyəti artır və daha çox qazanc əldə edir.

Mövcud müəssisələr arasındakı rəqabət

Porter görə, beş qüvvədən biri olan "sənayedə mövcud rəqiblər arasındakı rəqabət", sektordakı müəssisələrin gəlirliliyinin müəyyən (təyin) olunmasının ana ünsürüdür. Q, hesab edir ki, sahə daxilindəki rəqabəti təyin və rəqabət səviyyəsinin formalaşmasında rol oynayan əsas amillər aşağıdakılardır;- rəqib müəssisə sayı, - tələb-təklif tarazlığı, -sahənin genişlənmə sürəti, -sabit xərclər / ümumi xərclər, -fəsilələrlə yaranan boş dayanmalar, məhsul fərqlilikləri, maya dəyərindəki artımlar, cəmləşmə və tarazlıq, rəqabətçi fərqləndirmə, sahədən çıxış maneəsini və avadanlıqların (müəssisənin)boş dayanma səviyyəsini və s. nəzərə almaq lazımdır.(3.səh.59-87) Göstərdiyimiz bu amillərin müəssisənin fəaliyyətinə təsirini araşdıraraq:

I. Rəqib sayının çox olduğu bir bazarda, təbii olaraq rəqabətdə sıx olur. Çünki bütün rəqiblər eyni müştərilər və eyni qaynaqlar üçün mübarizə aparmalıdır. Yerli və milli sahədə çox sayda, irili xırda çoxlu yüngül sənayenin istehsal müəssisələri yerləşir. Beynəlxalq sahədə isə başda Çin, Hindistan və Pakistan olmaq üzrə bir çox ölkələrdə yüngül sənaye (toxuculuq- trikotaj) sahəsinə marağın artması, bu sahəyə yeni müəssisələrin daxil olması da rəqabət şərtlərinin artmasına səbəb olur.

II. Təklif - Tələb quruluşu mövcud rəqabətə təsir edən mühüm əhəmiyyətli faktordur. Hər cür bazarda, rəqabəti müəyyən edən ana faktor təklif - tələb tarazlığıdır. Təklifin çox tələbin aşağı olduğu bazarlarda rəqabət yüksək, əks halda isə aşağı olur. Az inkişaf etmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrin yüngül sənaye sahələrinin çoxalmasına yaranan həvəs-maraq səbəbindən bu sahədə təklif çoxluğu yaranır. Bu təklif çoxluğu, toxuculuq müəssisələrinin qiymətləri istədikləri kimi müəyyən etmələrinin və həddindən artıq gəlir əldə etmələrinə maneə yradır.

III.Tələbdən sonar , rəqabətliliyi müəyyən edən əsas amillərdən biri gəlirliliyin bu sahədə müəssisələr arasında bölgüsüdür. Yerli və milli sahədə gəlirlilik aşağı yuxarı bütün müəssisələrdə eyni səviyyədədir. Yalnız yaxşı “imic” formalaşdırmağı bacarmış bir neçə müəssisəsinin gəliri yüksək ola bilər. Beynəlxalq sahədə isə, xüsusi ilə, Avropada bəzi toxuculuq müəssisəsi markalarının gəlirliliyi çox yüksəkdir. Uzaq şərqdəki rəqib toxuculuq müəssisələrinin gəlirliliyinin, Azərbaycanın toxuculuq müəssisələrindən daha yaxşı olmasının əsas səbəbi maya dəyərinin aşağı olmasıdır. Xüsusən oradakı əmək xərcləri buradakılara görə çox aşağıdır. Buradan aydın olduğu kimi maya dəyərinin rəqabətə təsir edən əhəmiyyətli faktorlardan biridir. Bu vəziyyət daha ətraflı "2-Potensial Giriş Təhlükəsi" hissəsində açıqlanır.

IV.Mühüm faktor kimi bazanın genişlənmə sürətinin yüksək olduğu hallarda, biznes gəlirlərini asanca artırma bildiklərindən rəqabətə ehtiyac yoxdur. Ancaq yavaş böyüyən bazarlarda vəziyyət dəyişməkdə və müəssisələr bazar paylarını artırmaq üçün bir-birləri ilə daha çox rəqabət etmək məcburiyyətində qalırlar. Azərbaycanda yüngül sənaye sahəsi kiyayət qədər inkişaf etmədiyiindən bazanın böyümə sürəti olduqca sürətlidir. Bu səbəbdən də rəqabət şərtlərinin artır və yeni rəqabət

mühiti formalaşır.

V.Yüksək sabit xərclər, toxuculuq müəssisələrin xərclərini ödəmək üçün minimum istehsal miqdarlarının çox yüksək səviyyələrdə olmasına səbəb olur və satmaq məcburiyyətində olduqları bu məhsullar üçün eyni vəziyyətdəki digər müəssisələrlə rəqabət etmək məcburiyyətindədirlər.

VI.Tələbdən çox istehsal olunan məhsulun saxlanması üçün müəssisənin anbarının olmaması məhsulun daha tez satılması məsələsini meydana gətirir. Bu vəziyyətdə ki müəssisələrin sayı çox olarsa sektorda rəqabət mühiti meydana gələcək. Yerli və milli toxuculuq sektorunda ümumiyyətlə, sifariş əsasında istehsalda üstünlük verilməkdədir. Bu səbəblə ölkə içində saxlama xərclərinin də rəqabətə təsir etdiyini deyə bilərik. Çin kimi şərq ölkələri istehsalçıları Avropada anbarlar kirayəyə götürərək, buralara davamlı istehsal ilə məhsullarını yığaraq əleyhlərinə olan çatdırılma müddəti problemini həll etsələr də saxlama xərcləri maya dəyərinin artmasına səbəb olur .

VII. Sahədə müəssisələrin satış şəbəkələrinin olması və quruluşu da mövcud rəqabətə təsir etməkdədir. Ölkəmizdə fəaliyyət göstərən toxuculuq müəssisələrinin nə ölkə daxili nə də xaricdə marketing-satış şəbəkəsi yoxdur. Uzaq şərq toxuculuq məhsulu istehsalçıları bunun əhəmiyyətini dərk edərək Avropada bir neçə nöqtədə marketing mərkəzlərini qurmuşlar. Azərbaycanda toxuculuq müəssisələri satış şəbəkələrini ortaq qura bilirlər. Ölkəmizdə qida sektorunda belə şəbəkələrin olmasını nəzərə alaraq onlarla birgə bu fəaliyyəti həyata keçirmək olar.

VIII. Rəqib müəssisələrdə yaranan boş dayanmalar da, rəqabətə təsir edən faktorlardandır. Bəzi müəssisələr, bu zamanın mövcud imkanlarından istifadə edərək ən azından sabit xərcləri aşağı salaraq ucuz qiymətlə məhsul istehsal edə bilirlər. Bu da rəqabət mühitinin şiddətlənməsinə səbəb olur. Sektorda istehsal potensialının aşağı olmasının əsas səbəbi isə təklifə görə tələbin aşağı olmasıdır. Xüsusilə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yüngül sənaye sahəsinə əhəmiyyətli investisiyaların qoyulması , gələcəkdə bu sahədə fəaliyyət göstərən müəssisələrin daha çox istehsal gücü ilə iş təhlükəsinin qarşı-qarşıya qalmasına yol açmaqla biləcəkdir.

M. Porterin inkişaf etdirdiyi Beş Güc analizinə görə beynəlxalq bazarda indiki şəraitdə və gələcəkdə də yüngül (toxucu- trikotaj) sənaye sahələrində ciddi rəqabət gözlənilir. Bunun əsas səbəbi sahədəki müəssisələrin əsasən eyni adlı və ya oxşar mallar istehsal etməsi ilə aralarında yaranan sıx bir rəqabətin olması, alıcı seçiminin güclü olması və bu sahəyə potensial girişlərin davam etməsidir. Buna görə toxucu-trikotaj müəssisələri köhnə istehsal və marketing üsulları ilə ölkə və dünya bazarlarında əvvəlki kimi müvəffəqiyyətli olması gözlənilmir. Azərbaycanda hal- hazırda toxucu-trikotaj müəssisələri əhəmiyyətli bir dəyişmə vaxtı ilə qarşı-qarşıyadır. Bu dəyişikliyi müvəffəqiyyətli bir şəkildə reallaşdıran sahibkarlar fəaliyyətlərini davam etdirərkən, dəyişməyə uyğunlaşa bilməyən müəssisələr isə bu sahədən çıxmaq təhlükəsi ilə üzləşəcəklər.

Bu məqsədlə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yüngül sənaye müəssisələri:

Fərqliliyə söykənən rəqabətə üstünlük verməli , məhsul istehsalında, çeşid seçimində, qiymətdə fərqlilik edərək rəqabət üstünlükləri təmin edilməli ;

- Beynəlxalq bazara məhsul çıxarmağı düşünərsə ucuz, sırayı və kütləvi olaraq çıxarılan toxuculuq məhsulları yerinə, İtaliya nümunəsində olduğu kimi moda, marka və fərdi istəklərin ön planda olduğu toxuculuq məhsulları istehsal etməli . Ancaq yerli və regional bazarlarda imic qazanmadan (marka) beynəlxalq bazarlarda imic yaratmağa (marka) çalışmamalı ;
- Əlavə dəyəri yüksək tekstil və hazır geyim məhsulları inkişaf etdirməyə çalışmalı və bu istiqamətdə (ur-GE işlərinə) məhsul istehsalını inkişaf etdirməyə əhəmiyyət verməli, davamlı yeni model və çox müxtəlif məhsullar təqdim etməli, yanmayan, tərlətməyən texniki toxuculuq, hazır geyim məhsullarına daha çox istiqamətlənməli , bununlada, rəqib müəssisələrə görə əhəmiyyətli fərqliliklər yaratmağa çalışmalı;

- Miqyaslı iqtisadiyyatlarını ən yaxşı şəkildə istifadə edərək, müəssisələrin və işçilərin məhsuldarlıqlarını daha çox artıraraq Çinə (CXR) görə məhsul istehsalında xərcləri (xərc dezavantajını) aşağı salmağa çalışmalı;

- Müəssisənin böyüklüyü, maliyyə gücü və s. xüsusiyyətlərə görə alıcılar və ya rəqiblər ilə çox yaxşı strateji əməkdaşlıq (tədarükdə, istehsalda, marketinqdə, paylamada və s. sahələrdə) qurulmağa çalışmalı;
- Beynəlxalq tədarük zənciri yaradaraq, xammal və bəzi əlavə dəyəri aşağı prosesləri (köməkçi malları), iqtisadiyyatları güclü olan ölkələrdən tədarük edilməli;
- Mövcud istehsal gücünün istifadə olunmayan hissəsini müəyyən edərək, həmin hissədə başqa bir müəssisənin məhsulunun sifariş əsasında istehsal edilməsini təmin etməklə, ən azından sabit xərclərə maddi kömək olması təmin edilməli;
- Müasir tələbləri ödəyən yaxşı bir xərc sistemi (xərc uçotu) quraraq xərclərin daha yaxşı idarə olunması təmin edilməli;
- Müasir şəraiti nəzər alaraq yeni “istehsal təqib proqramları” ilə daha çevik bir istehsal sahəsinin qurulmasını təmin edilməli,
- Son olaraq müştərilərlə çox yaxşı bir əlaqə qurulmalı və hətta bu vəziyyət dostluq və tərəfdaşlıq səviyyəsinə çatdırmağa çalışılmalıdır.

NƏTİCƏ

Müəssisələr arasındakı mövcud rəqabət şərtlərinə təsir edən çox sayda amillərin olduğu qənaətinə gəlirik. Xüsusilə yüngül sənaye sahəsində fəaliyyət göstərən mövcud müəssisələr arasındakı rəqabətin, həmçinin bu sahədəki istehsal gücünün və oxşar mallar üzrə təklifin çox olmasını müşayət edirik. Bütün bunlarla yanaşı bu sahəyə yeni ölkələrin və müəssisələrin girməsinin olduqca asan olması, alıcı müəssisələrin paylama kanalına sahib olan müəssisələrin çox güclü olması (idxal mallarının daha asan bazara daxil olması) hazır ki dövr və gələcəkdə bu sahədə rəqabəti daha da artıracaq. Məhz buna görə yüngül sənaye müəssisələri yuxarıda göstərilən bu amillərə görə rəqabət şərtlərini hərtərəfli təhlil edərək rəqabət strategiyalarını müəyyən etməlidir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Azərbaycan Sənaye Koperasiyası- Prezident.az.
2. Porter M. “ 5 rəqabət gücünün analizi” Bakı-2005
3. Портер М. « Международная Конкуренция»- 1986. г, Москва
4. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı (İƏİT)1. Bakı-1999
5. Internet materialları

**Ибрагимов Ш.М, доцент,
ведущий научный сотрудник**

Институт Экономики НАНА Азербайджана

**В современных условиях промышленные предприятия как
предмет конкуренции на рынке**

Резюме

В статье рассматривается конкурентоспособность предприятий легкой промышленности в республике, обеспечивающая спрос населения на эти промышленные товары в основном за счет внутреннего производства и будущего экспорта. Анализ Портера пять сил позволил оценить и проанализировать предприятия с целью получения продуктов с высоким потреблением и конкурентоспособностью на предприятиях, которые будут запущены.

Ключевые слова: легкая промышленность, ткачество-трикотаж, импорт, экспорт, сырье, пять сил, анализ, конкуренция, предприятие, оборудование, сотрудничество, корпоративное управление.

**Ibrahimov Sh.M ., Assos. Prof.
leading research fellow**

Industrial enterprises as a subject of market competition in modern conditions**Summary**

The article considers the issue of competitiveness of light industry enterprises in the republic, ensuring the demand of the population for these industrial goods mainly due to domestic production and future export. Porter's Five-Force analysis provided an assessment and analysis of enterprises for the purpose of obtaining high-consumption and competitive products in the enterprises to be launched.

Keywords: light industry, weaving, knitting, import, export, raw material, Five Forces, analysis, competition, enterprise, equipment, cooperation, corporate governance.

Daxil olub: 10.07.2019